



## **EXPLORACIÓN DEL SECTOR AUTOMOTRIZ EN GUANAJUATO PARA IDENTIFICAR NICHOS DE MERCADO PARA CREAR Y SOSTENER NUEVAS PEQUEÑAS EMPRESAS COMO PROVEEDORES.**

Guadalupe Molina<sup>a</sup>,

<sup>a</sup>Universidad de Guanajuato, División de Ciencias Económico Administrativas Guanajuato., 1, g.molina@ugto.mx

### **RESUMEN**

Se pretende explorar y describir en lo posible, el impacto que ha tenido la industria automotriz y de auto-partes en Guanajuato e identificar los posibles nichos de mercado mediante un estudio cualitativo, que permita la creación y sostenibilidad de nuevas pequeñas empresas proveedoras del sector y lograr incluir a un mayor número de personas en los índices de prosperidad del país.

Asimismo, generar nuevo conocimiento con metodología científica, que permita convertir a la Universidad de Guanajuato, en un agente impulsor del cambio social y tecnológico.

Cabe señalar, que Guanajuato alberga al 60% del sector automotriz de nuestro país e incluye proveedores de primer y segundo nivel del sector, se han instalado cerca de 300 empresas y ha generado durante los últimos seis años más de 33,000 empleos (Secretaría de Economía, INEGI 2014).

Finalmente, como conclusión preliminar a modo de reflexión, la autora considera importante hacer notar, que una limitante importante se encuentra entre el procedimiento cualitativo y el seguimiento con un enfoque cuantitativo. Razón, por la que se ha elaborado una exploración y una descripción y posteriormente un análisis con enfoque mixto. Y el área de oportunidad para crear nuevas pequeñas empresas, se encuentra en los nichos denominados: herramientas; para incursionar es casi imprescindible el financiamiento, sin embargo, es importante encontrar nichos de mercado de mayor accesibilidad, dado que, la tendencia de los últimos años acerca del crecimiento económico permite inferir que la situación se torna más compleja y tenemos que buscar una globalización más justa, que beneficie a muchos (Molina G., 2014).

### **1. INTRODUCCIÓN**

Delimitar la investigación al describir el crecimiento y desarrollo de la industria automotriz y de auto-partes en Guanajuato, en base a un modelo de competitividad ampliamente probado, con metodología científica, mediante un estudio cualitativo inicial, que permita identificar desde lo teórico y los resultados empíricos a los posibles nichos de mercado que permitan la creación y sostenibilidad de nuevas pequeñas empresas como proveedoras del sector. Asimismo, describir la importancia del sector así como, de las pequeñas y medianas empresas y de los elementos más que permiten transferir el conocimiento con el fin de identificar desde lo teórico los posibles nichos de mercado, ha resultado un gran reto y en este momento, se presenta un primer acercamiento. Por otro lado, las pequeñas y medianas empresas constituyen un pilar que sostiene al país y representan más del 90% de las empresas existentes en el país (Barragán, 2002) & (Vázquez, 2007). Cabe mencionar que, se ha de utilizar como metodología a la ventaja competitiva de Porter (2000), en el sector automotriz y de auto-partes en Guanajuato y de acuerdo con la teoría, los



elementos a revisar en este primer acercamiento son: las condiciones de los factores, de la demanda, los sectores conexos y auxiliares por último la estrategia, estructura y rivalidad del sector en cuestión y de las empresas pequeñas y medianas en Guanajuato.

En 2014. Guanajuato es la sexta entidad con mayor número de establecimientos nuevos micro, pequeños y medianos y los diferentes foros para proveeduría local en los últimos 2 años en la industria automotriz ha buscado integrar a las pequeñas y medianas empresas dentro de los principales sub-sectores a cargo de empresarios nacionales, sobresalen los dedicados a la proveeduría de equipos de seguridad, los de accesorios eléctricos así como, de los dedicados actualmente a la fabricación de aparatos para electrodomésticos, pailería industrial, fabricación de tornos y forjas, de piezas para sistemas de dirección y suspensiones, industria del plástico y química en general (INEGI, 2014) & (Secretaría de Economía, 2014).

Por lo anterior, una exploración eficaz que apoye la posible creación de nuevas pequeñas empresas que puedan atender necesidades específicas en el sector automotriz y de auto partes y puede significar una mejora, contribuir al bienestar social y económico de los Guanajuatenses y del país, dado que México ha estado considerado uno de los ocho principales productores de automóviles, camiones, partes y componentes a nivel global y se encuentran ocho de las 10 armadoras líderes de autos y vehículos automotores en el mundo en Guanajuato y alberga en éste momento al 60% del sector automotriz de nuestro país e incluye proveedores de primer y segundo nivel y se encuentran instaladas cerca de 300 empresas del sector asimismo, ha generado durante los últimos seis años más de 33,000 empleos (Secretaría de Economía, INEGI 2013).

## 2. TEORÍA

En base a lo anterior se inicia con lo que significa un nicho de mercado y es: representar identificar productos o servicios con alta ventaja competitiva o que proporcione una mejor posición en relación a otros competidores incluso, extranjeros y permita crear y sostener nuevas empresas proveedoras del sector, el emprendimiento en nuevos negocios de alta especialidad, es lo que incrementa y consolida el desarrollo de un país (Martínez, 1996), (Porter, 2000), (Barragán, 2002) & (Abreu, 2011).

Y por lo que concierne a Guanajuato, con respecto al territorio nacional, cuenta con el 5.2 por ciento del total de unidades económicas del país, su distribución se muestra en la tabla número 1. Es la tercera entidad del país con mayor número de nuevos puestos de trabajo (INEGI, 2014).

**Tabla 1. Distribución por municipio de Py MES en Guanajuato.**

Municipio.	Número de PyMES.	Porcentaje.
Irapuato	6,459	22
León	4,404	15
Celaya	4,376	14.8
Guanajuato	1,910	6.45
San Fco. del Rincón	1,471	5
Los demás		36.75

Elaboración propia en base datos de SIEM., marzo de 2025.

Adicionalmente, industrias del sector automotriz, en su mayoría se encuentran ubicadas en los corredores industriales de Celaya- Salamanca, Silao- León e Irapuato y constituyen el pilar de donde se han recabado los datos empíricos. En relación a lo anterior, para el sector es muy importante dicha conexión (ubicación en el centro del país), ya que, más del 80% de la producción es de exportación y de éste el 60% tiene como destino E.E.U.U. Lo anterior representa una alta



dependencia conforme al comportamiento de la economía de dicho país y a partir de 2011 se ha experimentado una mejora importante con respecto a años anteriores, sin embargo el crecimiento planeado del sector para el año en curso es de 0.96% KPMG (2011) & Observers (2014), incluso se espera de acuerdo a proyecciones en el sector que las exportaciones de nuestro país crezcan 8.22% en el período 2012-2015 por: BMI Autos Report (2011). Asimismo, la mayor parte de los proveedores globales de la industria están en México y ahora en el estado de Guanajuato por lo tanto, las cadenas de valor del sector son perfectamente funcionales conforme lo demuestra el estudio Competitive Alternatives: (KPMG, 2011), Guide to International Business Location y la (AMIA) Asociación Mexicana de la Industria Automotriz) & (Molina G., 2014).

Y después de una revisión documental, la cual ha contado con más de 70 fuentes de consulta especializadas como: EBSCO, EMERALD, DAENAJOURNAL, SCIELO, entre otras, de las cuales se han extraído únicamente las más importantes, e incluye, textos, consultas en libros, artículos y revistas confiables en internet asimismo, con el fin de demarcar y construir la primera fase con un enfoque cualitativo y se ha aplicado una encuesta cualitativa con 12 ítems con una muestra piloto a 34 personas encargadas de diferentes áreas en el interior de las plantas industriales del sector

### 3. PARTE EXPERIMENTAL

Considerando a 300 empresas totales y de ellas a 34 empresas más importantes e incluye a todas las armadoras y a todas las empresas de primer nivel del sector de auto-partes en Guanajuato conforme, (KPMG, 2011), Guide to International Business Location y la (AMIA) Asociación Mexicana de la Industria Automotriz) (Secretaría de Economía, INEGI 2014). & (Molina G., 2014).

Se ha efectuado una encuesta a por lo menos un usuario de las áreas de mantenimiento o manufactura y se le ha preguntado básicamente: qué necesidades de materiales directos de fabricación tiene, qué problemas de abastecimiento son los más relevantes y qué esperan de sus proveedores actuales y si están dispuestos a contar con nuevos proveedores nacionales (todos contestaron de manera unánime que si requieren de nuevos y más proveedores nacionales) y en relación con lo anterior así como, con los elementos que se desprenden desde lo teórico se ha efectuado un análisis de datos cualitativo de manera simplificada, respetando en absoluto las recomendaciones de los participantes, brindando una absoluta seguridad en la confidencialidad de los datos personales de los participantes y la presentación de datos globales únicamente y de mantener una actitud imparcial ante sus comentarios (Abreu, 2011), (Martínez, 1996) & (Barragán, 2002).

A continuación se ha elaborado de manera simplificada un análisis de resultados de la teoría y de los datos empíricos obtenidos en la prueba piloto de los elementos de la ventaja competitiva en el sector automotriz así como de las pequeñas y medianas empresas en Guanajuato.

**Tabla 3. Análisis de resultados simplificado de la teoría y los datos empíricos obtenidos en la prueba piloto de los elementos de la ventaja competitiva en el sector automotriz para las empresas pequeñas y medianas de Guanajuato.**

Elementos teóricos.	Elementos encontrados en Guanajuato e incluye algunos aspectos de bienestar social.
Condiciones de los factores	Guanajuato en los últimos 10 años ha desarrollado una mejor red de transporte para atender al sector, los costos de propiedades aún son accesibles, cuenta con una fuerza de trabajo abundante y de cada 10 personas 1.6 han estudiado una carrera profesional. Lo anterior no es suficiente incluso se hace necesario traer o atraer de otros estados y otros países, personal capacitado y empresas pequeñas y medianas que estén



	aptas para atender al sector. (INEGI, 2014).
La demanda.	<p>El crecimiento planeado del sector para el año en curso es de 0.96% KPMG (2011) &amp; Observers (2014), se espera de acuerdo a proyecciones un crecimiento en exportaciones de 8.22% en el período 2012-2015 por: BMI Autos Report (2011). Asimismo, la mayor parte de los proveedores globales de la industria están en el estado de Guanajuato sin embargo, no son guanajuatenses y es imprescindible dar a conocer estos resultados para animar a empresarios existentes y nuevos a invertir e ingresar en un sector con un alto nivel de expertise.</p> <p>Cabe mencionar que, cerca del 25% de las empresas proveedoras del sector son pequeñas y medianas asimismo, la mayor parte de las necesidades se encuentra en las empresas dedicadas a la fundición, forja, las de estampado, las que entregan partes de plástico, las empresas que fabrican herramientas de corte, las elaboran partes para sistemas de frenos, las constructoras, las de estructuras metálicas y de pailería (Bancomext, 2014).</p>
Sectores conexos.	<p>Por otra parte, las pequeñas y medianas empresas deben considerar la importancia de que las empresas de ensamblaje han cedido responsabilidades a las empresas proveedoras y se han sub-trasladado lo cual, representa un área de oportunidad para aprender crecer y desarrollar competencias al incrementarse la sub-contratación (Vázquez, 2007). Asimismo, atender e incluirse en áreas especializadas, en las que hacen falta proveedores y son: de herramientas, maquinados, producción de muebles y equipos metálicos conforme a diseño así como, diseños de ingeniería inversa y otros desde la fabricación de diferentes partes en aluminio y de partes eléctricas. (Bancomext &amp; INEGI, 2014).</p>
Estructura y rivalidad.	<p>Las tendencias globales en el sector automotriz en el Plan Maestro para la Industria Automotriz 2012-2016 en un estudio del Ministerio de Industria Automotriz, para nuestro país al año 2012, en el cual, se pretende que Guanajuato pueda albergar aún, a más empresas extranjeras como proveedores para entregar materiales y equipos que no pueden obtener cerca del lugar de ensamblaje hace imprescindible acceder a nuevos nichos de mercado y ocupar el lugar de otras empresas extranjeras asimismo, colocarse en dicha posición de inmediato (Molina G., 2014) &amp; The International Organization of Motor Vehicle Manufacturers (2012).</p>

Elaboración propia.

#### 4. CONCLUSIONES

Finalmente, se presenta la conclusión preliminar a modo de reflexión y la oportunidad para crear nuevas pequeñas empresas que atiendan y apoyen al sector en cuestión, tiene como nichos de mercado el cambiar o actualizarse en un área metal-mecánica e incursionar en las áreas denominadas de herramientas, (muy especializada, de alta inversión pero sin límite en las ganancias), los maquinados especiales, o en la producción de muebles y equipos metálicos conforme a diseño y normas especializadas para las diferentes estaciones de trabajo dentro de las plantas industriales, otro es el de los diseños y fabricación de diferentes partes en aluminio quizá a partir de la recuperación del metal de desecho inclusive y el nicho más interesante por la enorme necesidad que tiene el sector es: en las partes eléctricas y electrónicas, otros espacios o nichos se pueden mencionar a nivel general en los servicios más relacionados con la comercialización asimismo, se deben aprovechar las nuevas formas de fabricación por módulos, la sub-contratación en de que la capacidad para aprender puede ser una fuente de ventaja competitiva sostenible, así como, el ingenio innato del mexicano para resolver problemas son ventajas competitivas muy



importantes y pertinencia de los programas académicos en nuestras universidades que permitan apoyar aún, más a las pequeñas y medianas empresas, dado que, la tendencia de los últimos años acerca del crecimiento económico, tanto en nuestro país como a nivel mundial, permite inferir que la situación se torna más compleja, con la gran crisis de los mercados mundiales, por lo tanto, el reto es mayor y tenemos que buscar una globalización más justa, que beneficie a todos y no sólo a unos pocos (Molina G., 2012).

Ergo, el asunto cobra especial importancia ante el proceso de crecimiento industrial acelerado que experimenta Guanajuato y se debe incluir en el desarrollo a la sociedad que lo constituye (Molina G., 2014).

Por último, la autora considera que este primer acercamiento permite inferir la enorme oportunidad que hay para seguir avanzando en el asunto, replicar los experimentos y llevar a la práctica total a partir de las evidencias encontradas hasta ahora.

## BIBLIOGRAFÍA

1. Abreu, J. L. (2011). Los siete fuegos y los tres pilares de la ética gerencial. Monterrey N.L., México: Editorial Spenta University.
2. Automotriz, A. M. (2012). Recuperado el 2014, de [www.amia.com.mx](http://www.amia.com.mx)
3. Asociación Mexicana de la Industria Automotriz (2013): [www.amia.com.mx](http://www.amia.com.mx), AMIA, México.
4. Banco de México. Evaluación Coyuntural del Mercado Crediticio. <http://www.banxico.org.mx/>. BANCOMEXT. Informes anuales 2009, 2010, 2011 y 2014. <http://www.bancomext.com/Bancomext/portal/>.
5. Barragán, J. y Pagán, J. (2002). Administración de las pequeñas y medianas empresas: retos y problemas ante la única economía global. México: Trillas.
6. BBVA, R. (2012). *Industria automotriz: Clave en el crecimiento económico de México*. México D.F.: BBVA.
7. BMI Autos Report (2013) Business Monitor International. London. United. Kingdom disponible en: <http://www.businessmonitor.com> (consultado en enero, 2014)
8. Deloitte A new era Accelerating Toward 2020 An Automotive industry transformed (2009) disponible en: [www.google.com.mx/#q=Deloitte+A+new+era](http://www.google.com.mx/#q=Deloitte+A+new+era)
9. Gómez, M., (2007). El futuro de la PYMES en el marco del TLC. En Regalado, R. (Comp). Las PYMES en Latinoamérica (pp. 92, 98, 99, 101, 104, 105, 111 y 112).Guanajuato, Gto., México: Universidad de Guanajuato
10. INEGI. (2011, 2012, 2014). Empleos sector manufacturero. México: [inegi.gob.mx](http://inegi.gob.mx).
11. KPMG. (2011). *KPMG*. Recuperado el 03 de 09 de 2013, de: HYPERLINK "<http://www.kpmg.com/MX>" [www.kpmg.com/MX](http://www.kpmg.com/MX)
12. Martínez, M. (1996). *Comportamiento Humano*. Distrito Federal, México: Trillas.
13. Molina G, M. G. (Abril de 2012& Dic.2014). *DAENA Journal*. Recuperado en Marzo de 2015, de [www.daenajournal.org](http://www.daenajournal.org)
14. Observer No. 214,(2011) HYPERLINK "<http://www1.oecd.org/publications/-observer/214/index-en.htm>" [www1.oecd.org/publications/-observer/214/index-en.htm](http://www1.oecd.org/publications/-observer/214/index-en.htm) (consultado: diciembre de 2014)
15. 7Vásquez, R. (2007), "Las MIPyMES y la Administración de Riesgos", en Rafael Regalado Hernández (comp.).